A Bite of the Philippine Chocolate Industry*

Marie Annette S. Galvez
Agribusiness Specialist
Center for Food and Agri Business UA&P

Chocolate, derived from the Aztec (Central America) word *xocoatl* (cocoa-based drink), is made from the fruit of the cocoa *(Theobroma cacao)* tree. Columbus first brought cocoa beans to Europe out of curiosity. Today, it is one of the most exotic foods the whole world enjoys.

Chocolate confectionery refers to pre-packed chocolate bars, bites and candies made primarily from cocoa powder and/or butter, mixed with powdered milk and sugar.

In the Asia Pacific region, chocolate sales are estimated at $3.9 billion. The Philippines accounts for less than 3% ($111 million) of the total (Van Melle, Phils., 1998). These already included sales in duty-free shops.

Moreover, in the 1997 Family Income and Expenditure Survey, spending on chocolates and candies reached P3 billion with regular buyers from middle to high-income urban families. The purchases usually surge during the holiday (i.e. Christmas) season.

Types of Chocolates

The processing of chocolates begins with the mixing of cocoa powder with sugar, milk, cocoa butter and flavoring before refining. The mixture then undergoes conching, a flavor developing procedure until the right consistency is reached. At this point, different by-products - compound (pure) and chocolate - are attained.

Chocolate products are classified into bars, bite-size, panned and enrobed depending on the size and/or ingredients.

---

* **This industry brief was published by the Manila-based University of Asia and the Pacific, Center for Food and Agribusiness in the August 2001 issue of the Food and Agribusiness Monitor, primarily for a Philippine audience. This industry brief is being made available to Canadian businesspeople in order to provide basic market information should there be export interest in this sector.**

Bars	Rectangular-shaped, dark milk, or white chocolate that may or may not contain other ingredients
Bite-size	Small chocolates on different shapes, sold in packs of 5 to 100 pieces
Panned	Chocolate-coated nuts or raisins usually round in shape.
Enrobed	Coated biscuits, wafers, nuts, caramel, fruits and other fondant confections

SOURCE: So, Wendy. April 2001 (UA & P).

Trade

Imports of chocolate confectionery were volatile during 1996 to 2000, peaking at 5,810 tons ($24.2 million) in 1997 and lowest at 3,670 tons ($15 million) in 2000.

Philippine Trade of Chocolate Confectionery, 1996-2000
(Volume in tons, Value in US$'000 - FOB for exports, CIF for imports)

	IMPORTS		EXPORTS	
Year	**Volume**	**Value**	**Volume**	**Value**
1996	4,035	11,696	1,411	4,485
1997	5,810	24,200	1,356	4,273
1998	3,767	14,452	1,265	3,903
1999	5,542	20,060	161	524
2000	3,673	15,025	315	898

SOURCE: National Statistics Office

The US was the major source in 2000 with a 60% volume share. Other sources were Australia and Malaysia.

The US-imported chocolates in the market include *Hershey's Kisses*, *M&M* milk chocolates and peanuts, *Mars*, *Three Musketeers*, *Snickers*, *Milky Way*, and *Babyruth*.

Imports from Australia and Switzerland are *Cadbury* and *Lindt* and *Toblerone*, respectively.

Also in the market are Malaysian products such as *Van Houten, Gandour's Pik-One* and *Sahara*. Those from Saudi Arabia include *Tofiluk*, *Safari* and *Soudan*.

Exports, on the other hand, generated a total of about US$14 million over the five-year period. Shipments, however, contracted by 33% annually from 1,410 tons in 1996 to 160 tons in 1999. Volume increased to 320 tons in 2000 from 160 in 1999.

Among the leading buyers were Malaysia, Korea and USA.

Key Players

Universal Robina Corp. One of the largest and leading food companies in the country. URC Branded Consumers Foods Division manufactures and distributes chocolates along with its instant coffee products, snack foods, candies, biscuits and ready-to drink beverages. URC captures about one-third (in volume) of the chocolate market. Among the best sellers are *Cloud 9 Classic* and *Cloud 9 Chooey Choco.* Other brands include *Big Bang* and *Nips.*

Commonwealth Foods, Inc. The company started in 1951 with coffee as the main product. Now, it has two more divisions - biscuits and chocolates. About 60% of sales come from Manila and the remaining from the provinces. It manufactures Ricoa Chocolates with the following brands *Roll-O-Nut, Flat Tops, Curly Tops, RicoNut* and *Big Top.*

Serg's Products, Inc. The country's oldest and Southeast Asia's first modern chocolate confectionery manufacturer. It started in 1954 selling chocolates in Divisoria (a trading center). At present, its chocolate processing plant has a capacity of 7 tons/day. In the mid-90's, it built its own cocoa processing plant. The current plant capacity is about 15 tons/day. Among the best selling products are its panned *Moonbits* chocolates and bite-size *Egg* chocolates. The company's market belongs to the middle- and low- income segments.

Goya, Inc. Formerly the Philippine Cocoa Corporation, it is now a subsidiary of Nestle Phils. Inc. It manages the confectionery business of the latter since 1997. It has a wide target market and offers varied products, both imported and local. Its chocolate products are subdivided into four categories: adult, teen, kid and family. Among its popular products are *Goya, Crunch* and *KitKat.*

Issues and Concerns

A key concern is the high input costs, i.e., sugar and cocoa beans, which are imported, and packaging materials. The industry heavily relies on imports since supply is scant. The increasing influx of imported chocolates is also a growing challenge to the local industry. Further, these are aggravated by poor transport infrastructure, which raises logistic costs. In a country with relatively low incomes, these can dramatically affect demand.

In order to address these concerns, the industry must improve product quality through product development, new investment and increase in production efficiency. Thus far, there have been efforts to adopt computer aided-design and -manufacturing processes including bar coding, thus, enhancing productivity.

Prospects

One of the competitive edges of the local manufacturers is the ability to cater to the large low-income segment (about 70% of the 15 million households) with low-priced retail packs. Thus, expanding product lines, improving distribution networks along with the growing young population will drive demand in the years to come. However, growth will be moderate in the next five years due to slow economic growth. At the same time, the industry competition will continue to be intense.

References

Palma, Ana Cecilia. 1996. *"Chocolate: Manufacturers Aim for Sweet Success."* Food and Agri Business Papers. University of Asia and the Pacific.

Purseglove, J.W. 1981. Tropical Crops: Dicotyledons. Volumes 1 and 2 combined. United Kingdom: ELBS and Longman.

So, Wendy. 2001. *"An Industry Analysis of Chocolate Confectionery."* University of Asia and the Pacific. Unpublished Industry Report.

http://www.athenapub.com/chocolat.htm

http://www.materstech-home.com

102-05705/

Croquer du chocolat aux Philippines*

Marie Annette S. Galvez
Spécialiste de l'agro-alimentaire
Center for Food and Agribusiness,
University of Asia and the Pacific

Le chocolat, dont l'appellation provient du mot aztèque (peuple d'Amérique centrale) *xocoatl* (boisson à base de cacao), est fabriqué à partir du fruit du cacaoyer *(Theobroma cacao)*. Colomb a introduit la fève de cacao en Europe comme chose curieuse. Aujourd'hui, le chocolat est un des aliments les plus exotiques savourés dans le monde entier.

La confiserie de chocolat désigne les tablettes, bouchées et bonbons de chocolat fabriqués à partir de poudre ou de beurre de cacao, de lait en poudre et de sucre.

En Asie-Pacifique, les ventes atteignent un montant estimé de 3,9 milliards de dollars. La part des Philippines dans ces ventes totales était inférieure à 3 %, soit 111 millions de dollars (Van Melle (Philippines), 1998). Ces montants comprennent les ventes dans les boutiques hors taxes.

Selon les résultats de l'enquête sur le revenu et les dépenses des familles de 1997, les dépenses en chocolat et en confiseries des familles à revenu moyen et à revenu élevé habitant en milieu urbain se sont élevées à 3 milliards de pesos. Les ventes bondissent durant les périodes de fêtes (par exemple, à Noël).

Types de chocolat

La confiserie de chocolat est le produit d'un mélange de poudre de cacao, de sucre, de lait, de beurre de cacao et d'aromates qui est ensuite raffiné. Puis le mélange est soumis au conchage, procédé servant à donner au chocolat sa finesse et l'onctuosité recherchée. Le chocolat ainsi obtenu sert ensuite à la fabrication de sous-produits.

*** Cet aperçu de l'industrie a paru dans le numéro d'août 2001 de *Food and Agribusiness Monitor*, publication du Center for Food and Agribusiness de l'Université de l'Asie et du Pacifique, à Manille, laquelle publication s'adresse principalement à des lecteurs philippins. Cet aperçu est présenté aux gens d'affaires du Canada en vue de fournir des renseignements de base à ceux qui souhaiteraient se lancer dans l'exportation sur ce marché.**

Les confiseries de chocolat comprennent les tablettes, les bouchées, les confiseries enrobées et les barres chocolatées dont la taille et les ingrédients varient.

Tablettes	Rectangle de chocolat noir, de chocolat au lait ou de chocolat blanc avec ou sans autres ingrédients
Bouchées	Petits chocolats de formes diverses vendus en emballage de 5 à 100 pièces.
Confiseries enrobées	Noix ou raisins enrobés de chocolat, habituellement de forme ronde.
Barres chocolatées	Biscuits, gaufres, noix, caramel, fruits et fondants enrobés

SOURCE : So, Wendy. avril 2001, University of Asia and the Pacific.

Commerce

Entre 1996 et 2000, les importations de confiseries de chocolat ont fortement fluctué, atteignant le sommet de 5 810 tonnes (valeur de 24,2 millions de dollars) en 1997 et tombant au creux de 3 670 tonnes (15 millions de dollars) en 2000.

Commerce de confiseries de chocolat des Philippines, 1996-2000
(Volume en tonnes; valeur en milliers de dollars américains; exportations FAB; importations CAF)

	IMPORTATIONS		EXPORTATIONS	
Année	**Volume**	**Valeur**	**Volume**	**Valeur**
1996	4 035	11 696	1 411	4 485
1997	5 810	24 200	1 356	4 273
1998	3 767	14 452	1 265	3 903
1999	5 542	20 060	161	524
2000	3 673	15 025	315	898

SOURCE : National Statistics Office

En 2000, les États-Unis ont été la principale source des importations philippines, fournissant 60 % du volume. Venaient ensuite l'Australie et la Malaisie.

Les importations en provenance des États-Unis comprenaient les chocolats *Hershey's Kisses*, le chocolat au lait et les arachides enrobées *M&M*, et les barres chocolatées *Mars*, *Three Musketeers*, *Snickers*, *Milky Way* et *Babyruth*.

Les confiseries de chocolat importées d'Australie sont de la marque *Cadbury*, et celles provenant de Suisse portaient les marques *Lindt* et *Toblerone*.

On trouve aussi sur le marché des produits d'origine malaisienne comme les marques *Van Houten, Gandour's Pik-One* et *Sahara.* Les marques de confiseries importées d'Arabie saoudite comprennent *Tofiluk, Safari* et *Soudan.*

Durant la période de cinq années (1996-2000), les exportations ont atteint une valeur totalisant environ 14 millions de dollars américains. Cependant, les expéditions ont diminué en moyenne de 33 %, tombant de 1 410 tonnes en 1996 à 160 tonnes en 1999, puis sont passées à 320 tonnes en 2000.

Ces exportations étaient surtout destinées en Malaisie, Corée et aux États-Unis.

Principales entreprises

Universal Robina Corp. L'une des plus importantes entreprises alimentaires des Philippines, URC, par la Division des aliments de marque (Branded Consumer Foods Division) fabrique et distribue des confiseries de chocolat ainsi que du café instantané, des aliments de collation, des bonbons, des biscuits et des boissons prêtes à consommer. URC détient environ le tiers (en volume) du marché des confiseries de chocolat. Les marques qui se vendent le mieux comprennent *Cloud 9 Classic* et *Cloud 9 Chooey Choco. Big Bang* et *Nips* sont aussi des marques populaires.

Commonwealth Foods Inc. Fondée en 1951, cette entreprise, dont le principal produit était le café, compte maintenant deux autres divisions – les biscuits et le chocolat. Environ 60 % des ventes sont réalisées à Manille et le reste, dans les provinces. Elle fabrique les produits Ricoa Chocolates portant les marques *Roll-O-Nut, Flat Tops, Curly Tops, RicoNut* et *Big Top.*

Serg's Products Inc. Cette entreprise est le plus ancien fabricant de confiseries de chocolat des Philippines et le plus moderne en Asie du Sud-Est. Fondée en 1954, elle vend ses produits dans le quartier commercial Divisoria. Son usine a une capacité de production de 7 tonnes par jour. Au milieu des années 90, l'entreprise a construit sa propre usine de transformation du cacao dont la capacité de production actuelle est d'environ 15 tonnes par jour. Les produits qui se vendent le mieux sont les confiseries enrobées *Moonbits* et les bouchés de chocolat *Egg.* Les produits de l'entreprise s'adressent aux consommateurs à revenu moyen ou faible.

Goya Inc. Cette entreprise, anciennement appelée Philippine Cocoa Corporation, est maintenant une filiale de Nestle (Philippines) Inc., produisant des confiseries depuis 1997. Elle vise un vaste marché sur lequel elle offre un large éventail de produits, tant importés que de fabrication philippine. Les confiseries de chocolat produites sont réparties en fonction de quatre catégories de consommateurs : adultes, adolescents, enfants et familles. Les marques les plus populaires sont *Goya, Crunch* et *KitKat.*

Contraintes et préoccupations

Une des principales préoccupations est le coût élevé des intrants importés (par exemple, le sucre et les fèves de cacao) et des matières d'emballage. L'industrie a fortement recours à l'importation en raison de l'insuffisance de la production. L'importation croissante présente de plus en plus de difficultés pour les fabricants locaux, difficultés accrues par l'insuffisance de l'infrastructure de transport qui hausse les coûts logistiques. Dans un pays caractérisé par la faiblesse du revenu, ces facteurs peuvent avoir une incidence considérable sur la demande.

Pour remédier à ces problèmes, l'industrie doit offrir des meilleurs produits par la création de nouveaux produits, par de nouveaux investissements et par une plus grande efficacité. Pour accroître leur productivité, les entreprises se sont efforcées d'informatiser les procédés de conception et de fabrication et d'adopter la technologie de codes à barres.

Perspectives

Un des avantages concurrentiels dont bénéficient les fabricants philippins est de pouvoir répondre à la demande de la grande part du marché que sont les consommateurs à faible revenu (environ 70 % des 15 millions de ménages) en offrant des emballages grand format à faibles prix. L'élargissement de la gamme de produits, l'amélioration des réseaux de distribution et le nombre croissant de jeunes vont concourir à stimuler la demande au cours des années à venir. Toutefois, la ralentissement de l'activité économique aura pour effet de modérer la croissance au cours des cinq prochaines années. Parallèlement, une forte concurrence continuera de s'exercer dans l'industrie.

Sources

Palma, Ana Cecilia. *« Chocolate: Manufacturers Aim for Sweet Success », Food and Agri Business Papers,* University of Asia and the Pacific, 1996.

Purseglove, J.W. *Tropical Crops: Dicotyledons,* volumes 1 et 2, Royaume-Uni, ELBS et Longman, 1981.

So, Wendy. *« An Industry Analysis of Chocolate Confectionery »,* University of Asia and the Pacific, rapport non publié sur l'industrie, 2001.

http://www.athenapub.com/chocolat.htm

http://www.materstech-home.com